

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Para penduduk di wilayah pesisir—yang selanjutnya disebut sebagai masyarakat pesisir—merupakan masyarakat yang umumnya hidup dibawah garis kemiskinan. Indonesia sebagai negara yang kaya akan keragaman hayati dan non-hayati belum bisa memberikan kesejahteraan bagi masyarakat pesisir, secara khusus bagi para nelayan. Nasution (2005) dalam Kalalo (2016: 52) menyatakan bahwa nelayan masih berada di garis kemiskinan, walaupun potensi kelautan melimpah. Pemerintah sudah mengambil berbagai langkah dan program untuk diimplementasikan pada permasalahan ini, namun faktanya, langkah tersebut sering kali belum berhasil dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Masalah kemiskinan pada nelayan Indonesia juga terjadi di daerah Kenjeran, Surabaya. Pada tahun 1990, pengurukan lahan di pesisir pantai dilakukan oleh warga Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Kenjeran, Surabaya, di pesisir pantai tempat mereka tinggal. Daerah ini dikenal dengan sebutan “kampung nelayan” karena lokasinya yang dekat dengan pantai dan profesi yang digeluti oleh mayoritas warganya. Permasalahan tercermin pada fenomena keterbatasan lahan, yang kemudian menuntut mereka untuk menjemur hasil laut di sekitar rumah, atau bahkan menjemurnya di pinggir jalan. Pasalnya, para nelayan di Sukolilo Baru mencari tangkapan laut di malam hari untuk kemudian dikumpulkan di siang hari. Hasil tangkapan laut tersebut harus dipilah dan dijemur agar dapat dijual dengan

harga yang lebih tinggi. Hal ini berbanding terbalik apabila mereka langsung menjual tangkapan tersebut sebagaimana adanya.

Fenomena keterbatasan lahan untuk menjemur hasil tangkapan laut telah lama menjadi polemik di Sukolilo Baru. Wilayah pemukiman warga di sana memang cukup padat dan berdempetan. Padatnya pemukiman warga di daerah tersebut kemudian menuntut beberapa dari mereka untuk melakukan pengurukan agar dapat menciptakan ruang tambahan. Pengurukan yang terjadi di pesisir pantai dilakukan sendiri oleh warga Sukolilo Baru dengan mendatangkan beberapa *dump truck* yang membawa pasir dan bebatuan untuk menciptakan daratan baru. Menurut pengakuan Anang, Ketua RW 02 Sukolilo Baru, setiap *dump truck* yang didatangkan merogoh kocek hingga satu juta rupiah sekali jalan. Maka, dapat disimpulkan bahwa aktivitas ini membutuhkan banyak waktu, tenaga, dan uang yang harus dikorbankan oleh para pelaku pengurukan.

Gambar I.1
Lahan Reklamasi yang Sudah Diuruk



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Seiring berjalannya waktu, lahan yang sudah diuruk tidak hanya digunakan untuk keperluan menjemur hasil tangkapan laut, beberapa pelaku pengurukan juga menggunakan lahan tersebut untuk dijadikan pemukiman. Hal ini mengimplikasikan bahwa tuntutan kebutuhan warga Sukolilo Baru berbeda-beda. Fenomena alih fungsi lahan urukan menjadi pemukiman bukan terjadi tanpa sebab. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ketua RW 02, terjadinya penjualan tanah hasil reklamasi yang kemudian dijual untuk dibangun rumah didasari oleh faktor keterbatasan ekonomi. Karakteristik masyarakat nelayan jika dikutip dari Kusnadi (2009:39) adalah sebagai berikut: memiliki struktur relasi sosial yang sangat kuat, etos kerja tinggi, memanfaatkan kemampuan diri dan adaptif, kompetitif, dan berorientasi pada prestasi, dan solidaritas sosial tinggi. Artinya, jika dilihat dari karakter masyarakat nelayan, hal ini merupakan bentuk adaptasi mereka terhadap masalah ekonomi yang merundung.

Apesnya, penjualan tanah reklamasi ini terdengar sampai ke telinga Komisi C DPRD Surabaya. Sejak saat itu, sengketa warga Sukolilo Baru dengan pemerintah terjadi, warga bersengketa dengan Komisi C DPRD Surabaya. Pihak DPRD mendapat laporan bahwa telah terjadi kegiatan jual beli di daerah tersebut. Pelapor menyatakan bahwa pihaknya telah ditipu hingga ratusan juta karena awalnya ia tidak mengetahui bahwa lahan tersebut merupakan hasil reklamasi. Terdapat dua sudut pandang dalam sengketa ini, sudut pandang DPRD dan warga Sukolilo Baru. Warga setempat menilai bahwa penjualan lahan yang telah diuruk merupakan hak dari pemilik lahan tersebut. Mereka beralasan bahwa hal tersebut sah dilakukan karena sang pemilik lahan telah rutin membayar Surat

Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) terhadap lahan tersebut. Sebaliknya, pihak DPRD beranggapan bahwa lahan tersebut adalah lahan yang ilegal dan tak berizin. Pemilik lahan harus dapat menunjukkan surat izin gubernur sebagai bukti legalitas atas lahan tersebut. Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, aktivitas reklamasi yang dilakukan oleh warga Sukolilo Baru didasari oleh urgensi yang berbeda-beda. Data-data awal yang didapatkan oleh peneliti sejauh ini menunjukkan bahwa terdapat dua pokok permasalahan yang mendasari aktivitas tersebut. Permasalahan pertama adalah keterbatasan lahan untuk menjemur hasil laut, dan permasalahan kedua berkaitan dengan keterbatasan lahan untuk tempat tinggal. Agar lebih jelas, berikut adalah gambaran dari dua permasalahan yang menjadi akar dari aktivitas reklamasi/pengurukan yang dilakukan oleh warga Sukolilo Baru.

Gambar I.2
Proses Pengeringan Hasil Laut



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar I.2 menunjukkan hasil laut yang dikeringkan. Biasanya setelah hasil laut tersebut dikeringkan dan dipilah, warga langsung menjualnya ke pengepul. Harga hasil laut yang telah dikeringkan akan lebih tinggi jika dibandingkan hasil laut yang tidak dikeringkan. Proses tersebut telah berlangsung cukup lama dan tak ada kendala dalam pelaksanaannya. Maka, yang seharusnya diperhatikan adalah faktor utama dari proses tersebut, hasil laut harus dikeringkan dan harus ada tempat untuk melakukannya.

Gambar I.3
Pemukiman Warga Sukolilo Baru



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar I.3 memberikan ilustrasi mengenai pemukiman warga Sukolilo Baru. Rumah warga berdempetan, sesak, seolah tidak menyisakan ruang untuk bernapas. Namun, penduduknya mengenal satu sama lain, atau minimal mengetahui tetangga yang hidup berdampingan dengan mereka. Menurut Tonnies dalam Soekanto (2013: 116), sekumpulan orang yang bertempat tinggal di wilayah yang sama dan berdekatan sehingga dapat saling menolong satu sama lain

merupakan paguyuban yang disatukan oleh tempat (*gemeinschaft of place*). Atas dasar kedekatan tempat, *sense of belonging* timbul di antara warga, sehingga walaupun wilayah tinggal cukup berdesakan, tidak akan menimbulkan keadaan ‘acuh tak acuh’ antar warga.

Satu rumah yang ada di Sukolilo Baru tidak jarang dihuni oleh lebih dari satu generasi. Situasi yang kurang nyaman tentu dirasakan oleh keluarga yang harus berbagi ruang tinggal dengan satu sama lain. Melihat harga tanah dan rumah yang semakin melejit, para warga memilih jalan yang lebih ekonomis. Beberapa warga yang mempunyai lahan kosong di pesisir pantai belakang pemukiman mereka, akan melakukan pengurukkan untuk menambah ruang tinggal. Hal ini merupakan salah satu permasalahan yang menjadi alasan dibalik pengurukkan lahan di Sukolilo Baru.

Telah terlihat jelas, bahwa di Sukolilo Baru terdapat dua kelompok dengan tuntutan yang berbeda dalam melakukan pengurukan/reklamasi. Kelompok pertama datang dari para nelayan yang membutuhkan ruang tambahan agar dapat menjemur hasil tangkapan laut mereka. Kelompok ini merupakan kelompok mayoritas di wilayah yang akrab dikenal dengan “Kampung Nelayan” tersebut. Kelompok kedua merupakan warga Sukolilo Baru yang bermasalah dengan luas lahan hunian mereka. Kelompok ini membutuhkan lahan tambahan agar dapat memperluas dan/atau menambah hunian bagi anak cucu mereka. Padatnya penduduk di Sukolilo Baru memaksa beberapa generasi harus tinggal di dalam rumah yang sama. Hal ini terlihat sangat meresahkan bagi mereka yang mengalaminya.

Dalam sebuah kelompok, terdapat identitas sosial yang melekat pada diri anggota kelompok tersebut. Identitas diri seseorang sedikit banyak akan dipengaruhi oleh identitas sosial yang didapat dari kelompoknya. Identitas ini bersumber dari keanggotaan individu dalam suatu kelompok sosial, nilai, serta signifikansi emosional di dalam keanggotaan tersebut (Harmaini, dkk., 2016: 90). Kedua kelompok di atas selanjutnya akan disatukan dengan sebutan kelompok “pelaku reklamasi” untuk mempermudah pemetaan. Kelompok ini merupakan kelompok yang memiliki ikatan emosional, jika dilihat berdasarkan kedekatan tempat tinggal dan permasalahan yang dihadapi. Mereka terikat pada permasalahan dan urgensi yang sama, yakni terbatasnya lahan yang dapat digunakan untuk sektor publik dan domestik.

Di tengah caruk maruk permasalahan yang dihadapi oleh warga Sukolilo Baru, peneliti tertarik untuk meneliti dari sisi pengalaman komunikasi pelaku reklamasi—yang merupakan bagian dari masyarakat pesisir, terhadap aktivitas reklamasi di kelurahan tersebut. Berangkat dari pernyataan Mulyana (2008: 108), “kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*we cannot not communicate*)”. Pada hakikatnya, manusia tak dapat berhenti untuk berkomunikasi. Setiap perilaku yang dilakukan oleh seseorang memiliki potensi untuk ditafsirkan oleh orang lain. Bidang pengalaman (*field of experience*) seseorang akan mempengaruhi kemampuan orang tersebut untuk berkomunikasi dengan satu sama lain.

Terdapat perspektif ganda ketika kita berkomunikasi dengan orang lain. Perspektif ganda ini terjadi ketika kita memahami sudut pandang, pikiran, dan kepercayaan diri sendiri dan orang lain. Ketika mengadaptasi konsep ini, manusia

harus memahami tindakan dan pikiran orang yang sedang berkomunikasi dengannya (Wood, 2018: 36). Dalam hal ini, individu saling memahami satu sama lain ketika berkomunikasi, maka tentu mereka memiliki perspektif yang berbeda dalam memaknai suatu pengalaman. Pemahaman setiap individu akan suatu pengalaman menjadi hal yang menarik untuk diketahui.

Ketika berkomunikasi pun, setiap orang akan membawa pengalaman unik mereka. Seringkali, pengalaman tersebut mempengaruhi proses komunikasi yang terjadi (West & Turner, 2014: 13). Maka, ketika seseorang mengalami suatu peristiwa, hal itu akan menjadi sebuah pengalaman baginya. Schutz berpendapat bahwa manusia adalah makhluk sosial, maka “manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama.” Melalui hal ini, terciptalah pemahaman atas dasar pengalaman bersama, yakni individu sebagai bagian dari kelompok (Kuswarno, M.S., 2009: 18). Namun, individu yang tergabung dalam kelompok tetap memiliki pemahaman dan pemaknaan yang berbeda-beda dalam menjelaskan pengalaman mereka.

Pengalaman komunikasi yang diteliti oleh penulis akan berfokus pada manajemen komunikasi yang dilakukan oleh kelompok pelaku reklamasi di Sukolilo Baru. Manajemen komunikasi berbicara mengenai proses interaksi sosial yang dapat mempengaruhi makna atau interpretasi seseorang terhadap pesan yang ia terima (Kuswarno, 2009: 118). Ketika suatu makna diinterpretasikan oleh seseorang, makna tersebut akan membentuk suatu pola tindakan dasar antara orang tersebut dan orang yang lain. Artinya, proses komunikasi akan diolah melalui

konstruksi makna seseorang terhadap hubungannya dengan orang lain di berbagai situasi.

Manajemen komunikasi diperlukan dalam kelompok karena melalui konsep ini, kita dapat melihat bagaimana kelompok mengelola komunikasi dalam tatanan individual, maupun di dalam kelompok itu sendiri. Tak hanya itu, hubungan kelompok tersebut dengan orang yang bukan bagian dari kelompok juga dapat dijelaskan melalui manajemen komunikasi. Hal utama yang akan diidentifikasi dalam manajemen kelompok pelaku reklamasi adalah bagaimana kompetensi mereka dalam mempertahankan aktivitas reklamasi yang selama ini telah dilakukan. Mengingat fenomena reklamasi ini telah dilakukan sejak tahun 90-an, para pelaku reklamasi perlu melakukan manajemen komunikasi agar aktivitas tersebut dapat terus dilakukan kedepannya.

Polemik yang terjadi antara DPRD Komisi C dengan warga Sukolilo Baru membuktikan bahwa terdapat manajemen komunikasi yang dilakukan sebagai bentuk pertahanan dari para pelaku reklamasi. Kelompok ini terlihat defensif terhadap aktivitas reklamasi yang mereka lakukan. Mereka satu suara dalam membela aktivitas reklamasi yang dianggap sebagai hak warga yang harus dipenuhi. Timbul konsep ke-“kita”-an yang menunjukkan identitas sosial dari kelompok tersebut. Fisher dalam Goldberg & Larson (1985: 24-25) menjelaskan bahwa proses interaksi dasar dilakukan oleh kelompok sebelum melakukan pengambilan keputusan. Maka, dalam kajian komunikasi kelompok, pengambilan keputusan tidak mungkin dilakukan tanpa adanya manajemen komunikasi dalam kelompok mengenai topik terkait.

Berdasarkan pemaparan diatas, fokus penelitian ini adalah manajemen komunikasi kelompok pelaku reklamasi di pesisir pantai Kel. Sukolilo Baru. Pengalaman terjadi ketika individu melakukan interaksi dengan satu sama lain dan menghasilkan makna subjektif terhadap pengalaman tersebut. Menurut Schutz, makna subjektif tidak hanya terkonstruksi dalam ranah privat atau personal, melainkan terbentuk secara kolektif berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (*common and shared*) diantara para individu yang berperan di dalamnya (Kuswarno, M.S., 2009: 110). Maka, pengalaman komunikasi dalam penelitian ini erat kaitannya dengan manajemen komunikasi kelompok pelaku reklamasi dalam mempertahankan aktivitas reklamasi yang masih berlangsung hingga saat ini.

Agar dapat menunjang proses pengambilan data, penelitian ini akan dilakukan menggunakan metodologi kualitatif dengan metode fenomenologi. Metodologi kualitatif dipilih karena dalam pelaksanaannya, peneliti akan menggunakan metode pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen untuk mendapatkan data. Hubungan antara peneliti dan responden merupakan hakikat yang disajikan oleh metodologi ini (Moeloeng, M.A., 2017:9-10). Lebih lanjut, metode fenomenologi dipilih karena peneliti ingin mengetahui pengalaman komunikasi kelompok pada pelaku reklamasi di Kel. Sukolilo Baru. Mengutip Kuswarno (2009:36), pendekatan fenomenologi dapat membantu peneliti dalam “menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas”.

Penelitian yang dilakukan oleh Yohana Ayu Astari (2019), mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dengan judul *Mata Picek Kuping Kopok (Pemuknaan Tokoh Masyarakat Desa Timbrangan Mengenai Program CSR BERSINERGI PT Semen Gresik Rembang)* memberi inspirasi bagi penulis dalam meneliti di sektor sosial. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memilih fenomenologi sebagai metodenya. Penelitian ini menemukan bahwa CSR hanya merupakan euforia tanpa makna yang permemberdayaannya tak terarah dan membelakangi nilai budaya lokal. Perbedaan penelitian Yohana dengan peneliti terletak pada subjek dan objek penelitian. Namun, peneliti banyak mendapat inspirasi dalam teknik penulisan dan metode yang digunakan.

Penelitian mengenai manajemen komunikasi pernah dilakukan oleh Tabrani Sjafrizal (2020) dengan judul *Manajemen Komunikasi Pekerja Asing di Indonesia dalam Perspektif Matouschkanian Michael Kaye*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam mengumpulkan data. Penelitian ini mengindikasikan bahwa para pekerja asing melakukan empati, akulturasi, etnosentrisme, dan *Dynamics Stress – Adaptation – Growth* pada budaya lokal. Hal ini mempengaruhi level kepekaan pekerja asing tersebut terhadap individu lain.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan fenomena komunikasi pada latar belakang, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana manajemen komunikasi kelompok pelaku reklamasi Kenjeran?”

I.3. Tujuan Penelitian

Peneliti ingin mengetahui manajemen komunikasi kelompok pada pelaku reklamasi Kenjeran.

I.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah manajemen komunikasi kelompok pelaku reklamasi di RW 02, Kel. Sukolilo Baru, Kenjeran, Surabaya.

I.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

- a) Menambah kajian pustaka terkait penelitian dengan objek manajemen komunikasi dalam ranah komunikasi kelompok.
- b) Menjadi acuan bagi peneliti maupun pihak yang membutuhkan referensi terkait reklamasi Kenjeran.

1.5.2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dan dapat dijadikan bahan evaluasi dalam menerapkan praktik pembangunan berkelanjutan di wilayah pesisir.